

## К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ СТЕРЕОТИПА В МАССОВОМ СОЗНАНИИ

Приобретая знания о мире, мы неизбежно впитываем их не в реальной объективной форме, а в том виде, который сформировался под воздействием множества субъективных мнений и изначально деформирован общественным сознанием. За каждым индивидуально значимым предметом действительности стоит представление о нем, адекватность и полновесность которого зависят как от личного опыта носителя этого представления, так и от степени связанности данного явления с принятыми в данном социальном контексте нормами и этическими категориями. Мы можем говорить здесь о понятии стереотипа, которое, согласно этнолингвистической концепции Е. Бартминьского, определяется как «представление о предмете, сформировавшееся в рамках определенного коллективного опыта и определяющее то, что этот предмет собой представляет, как он выглядит, как действует, как воспринимается человеком и т.п.; в то же время это представление, которое воплощено в языке, доступно нам через язык и принадлежит коллективному знанию о мире» [Бартминьский 2005: 68]. «Стереотипы заключают в себе некий обобщенный образ действительности, данный индивидууму до его собственного опыта и независимо от него; он направляет наше внимание и в результате соответствующим образом формирует наш опыт» [Schaff 1981: 127].

Стереотипные представления и в определенной степени даже нормы того или иного социального контекста в современном дискурсе формируются средствами массовой информации более чем какими-либо другими общественными механизмами. В последнее время достаточно настойчиво и аргументированно говорится о так называемом «навязывании» средствами массовой информации той или иной точки зрения общественной аудитории, то есть постепенное, зачастую, бессознательное формирование у зрителя и читателя не личного, а пассивно принятого извне мнения, которое может быть как положительным, так и отрица-

тельным. Поэтому понятие стереотипа всегда связано с категорией оценки. Оценка формируется множеством факторов, обусловлена всеми компонентами контекста, в том числе и социального. В данном исследовании наше внимание фокусируется на одном из наиболее значимых свойств оценки – ее социальной обусловленности. Любое отношение, даже самое субъективное, всегда «зависит от норм, принятых в том или другом обществе или его части. Мировоззрение и мироощущение, социальные интересы и мода, престижность и некотируемость формируют и деформируют оценки» [Арутюнова 1988: 6]. Разделяя в любой оценке субъективное и объективное, Е.М. Вольф подчеркивает, что «субъект, оценивая предметы или события, опирается, с одной стороны, на свое отношение к объекту оценки, а с другой стороны, на стереотипные представления об объекте и шкалу оценок, по которой расположены присущие объекту признаки» [Вольф 1985: 23].

Цель нашего исследования – проследить, как формируется в массовом сознании определенный стереотип, и какую роль играют в этом средства массовой информации. Объектом нашего исследования стал образ известного драматурга и режиссера, руководителя собственного театра, редактора журнала «Урал» – Николая Коляды. Личность Коляды интересна для исследования, поскольку значима в современном городском контексте и с заведомым постоянством и пристрастием освещается в СМИ.

### **Коляда в зеркале СМИ**

Образ Николая Коляды, созданный печатными периодическими изданиями, отличается разнообразными и почти всегда подчеркнуто оценочными характеристиками. Материалы отражают заметное желание журналистов не просто в очередной раз сообщить об уральском драматурге и его деятельности, но и выразить собственное отношение к популярной в современном культурном пространстве личности, высветить неизвестные широкому читателю качества самого автора, особенности его спектаклей и многочисленных незаурядных проектов. Это связано, в первую очередь, с многоплановостью ежедневного проявления Коляды как драматурга, как режиссера, как редактора, как руководителя театра. С другой стороны, небанальное и подробное освещение его деятельности обуславливается крайней неоднозначностью не только самого Коляды, но и уже условно созданного в

конце 90-х годов общественного образа некоего драматурга-маргинала, выбивающегося из привычного понимания традиционного театра и представлений о типичном режиссере. Последнее вполне соотносится с психолингвистической природой нормы и оценки: языком маркируется прежде всего отклонение от нормы и бытующих в определенном социальном контексте стереотипов. Аномалия, проявленная даже в минимальной степени, рождает экспрессию, тогда как «стандарт не возбуждает ни интереса, ни эмоций» [Арутюнова, 1999: 65]. Поэтому сегодня о Коляде пишут издания самые разные и порою друг с другом не сравнимые: от театральных газет и литературно-художественных журналов до рекламно-развлекательных и узкоспециализированных в сферах, далеких от искусства печатных продуктов.

Итак, какой образ Николая Коляды «рисуют» нам современные печатные издания?

Николай Коляда не просто *крупнейший, уральский драматург, один из наиболее талантливых современных режиссеров постмодерна и наш прославленный земляк*, он еще и *«уникально успешный художник-педагог, создавший школу молодых драматургов... эффективный и при этом абсолютно бескорыстный менеджер и промоутер...один из наиболее талантливых современных режиссеров, лидер театрального процесса в сегодняшнем Екатеринбурге»* («ОГ», 28. 09.05).

К характеристикам, определяющим своеобразный статус Коляды, относятся и такие: *«творческий лидер, имеющий мировую репутацию», «наша гордость и достояние, уникальное явление культурной жизни»* («РГ», 19.08.05). Будучи одной из *«одиночных фигур культурной жизни Урала»*, Коляда *«то и дело эпатазирует и теребит дремлющую общественность – успехом, громкими марафонами против наркомании, аукционами своих пьес, год от года растущей армией учеников»* («РГ», 22.09.04) В то же время он – *«отец-основатель «чернушной» эстетики»* («Ваш досуг», 07.08.04) и *«маргинал...ненужный официальным учреждениям культуры»* («Коммерсант», 20.09.05).

Кроме того, Коляда, по мнению немалой части публицистического социума, – это *знаковое понятие, удивительный, необычный, неоднозначный человек. Он гениальный драматург и маргинал. Коляда очень популярный, уникален в своем трудолю-*

*бии, не имеет равных, постоянно поражает и вызывает восхищение, «не перестает удивлять и радовать» («Выбирай», № 17 2005г.). И, наконец, «сегодня из людей, проживающих в Екатеринбурге, вряд ли есть человек более известный, чем Николай Коляда» («Моя квартира», 01.07.05)*

Но наиболее часто встречающаяся характеристика – *Николай Коляда – Солнце русской драматургии*. Эта номинация в текстах оказывается полифункциональной. Являясь удачным, выразительным по форме и полновесным по семантике образом, она уже приблизилась к роли популярного слогана. Кроме того, употребление этого слогана само по себе выражает отношение, оценку автора к объекту номинации и одновременно актуализирует внимание равнодушных к драматургу читателей, знающих, что Солнцем Коляду действительно именуют актеры его театра и самое ближайшее окружение.

Николай Коляда характеризуется и через отдельные спектакли «Коляда-театра». При этом обычно подчеркивается высокое духовное качество постановок и неподражаемое режиссерское мастерство, но в то же время непростая, а нередко и «жесткая» по отношению к зрителям атмосфера спектакля, однако с усилившимся *«конструктивным элементом»* в последние годы («Урал», 2005, № 7).

В ряду личностных качеств Коляды, зафиксированных СМИ, выделяются две параллельные доминанты: беззаветная увлеченность драматурга своим делом, неиссякаемая энергия, поразительное трудолюбие и способность повести за собой других людей, с одной стороны, и душевность, отзывчивость и готовность помогать каждому – с другой. Первую доминанту поддерживают такие характеристики, как *энергичный, ведущий за собой, вдохновенный, увлеченный, креативный, самоотверженный, упорный, твердолобый, способный пожертвовать ради дела, влюбленный в театр, плодовитый, муравей, лидер*.

*«Энергия его не может не удивлять» («Моя квартира», 01.07.05).*

*«все еще отдыхают, а Коляда уже работает, и зал полон» («НГ», 19.08.05).*

Коляда – *«Лидер прежде всего в силу уникального влюбленно-энтузиастического и по степени самоотверженности редко-*

*стного в наших краях отношения к театральному делу...настоящий строитель театра и в широком, метафорическом смысле, и в буквальном – как театральный рабочий...» («ОГ», 28. 09. 05).*

Если первая доминанта так или иначе отражает отношение Коляды к своему делу, то вторая включает качества, важные при межличностном общении: *душевный, щедрый, добрый, гостеприимный, человечный, способный радовать, сочувствующий, поддерживающий, помогающий окружающим, нужный людям, но одинокий.*

*«Главная же черта Николая Коляды при всей неоднозначности его высказываний – готовность помогать» («РГ», 22.09.04).*

*«...ощутимее стало авторское желание поддержать человека, подтолкнуть на борьбу с обстоятельствами: пока ты жив – действуй!» («Урал», 2005, № 7).*

*«Но способность этого человека отдать своим актерам все до последней нитки, всех обеспечить ролями, пристроить своих студентов, авторские гонорары регулярно отдавать на развитие театра и еще попутно собирать невероятную коллекцию одежды, заставляет снять шляпу, бейсболку, бандану и бросить их в общий котел» («НГ», 16.06.05).*

Обобщая множественные характеристики, данные Коляде средствами массовой информации, выделим центральные векторы оценки. Очевидно, что номинации прежде всего связаны с оценкой не столько личности, сколько творчества драматурга. Творческая личность проявляет себя преимущественно в профессиональной деятельности, постепенно эти характеристики перерастают в индивидуальное свойство. Во-вторых, отличительной чертой созданного образа является его амбивалентность. Как и любое действительно значимое явление действительности, как незаурядная личность, Николай Коляда оценивается крайне противоречиво, но с заметным преобладанием в высшей степени положительных оценок. И, наконец, необходимо обратить внимание на природу отрицательных характеристик драматурга. Все они связаны не с присущими Коляде свойствами характера, а с неприятием идеологической стороны его творчества, резко отличного от общей канвы.

С целью проследить, насколько образ Николая Коляды, созданный СМИ, совпадает с собственным представлением личности о себе, мы рассмотрели ряд опубликованных интервью с драматургом. Наиболее показательным материалом в данном аспекте исследования являются слова Коляды, напрямую опровергающие стереотипные представления, созданные СМИ.

| Данные СМИ   | Реакции Николая Коляды   |
|--|--|
| <p>«отец-основатель «чернушной» эстетики», «маргинал... ненужный официальным учреждениям культуры»</p> | <p><i>«И те, кто когда-то прочитал одну плохую пьесу, уже припечатали меня клеймом: чернушник, порнушник. И больше читать не хотят. Но это моя вина: не надо было этих птичек выпускать из рук. Но они разлетелись, и теперь ничего не поделаешь»</i> («НГ», 20.09.2004)</p> <p><i>«Почитаешь о себе в Интернете – я бездуховный матерщинник. После «Клаустрофобии» одна газета написала, что режиссеру место у параш. Так вот, запросто. Это о спектакле, на котором люди плачут. Другая газета написала, что Коляда – это ужас, летящий на крыльях ночи. Третья: «Гореть ему в аду!» И за что – непонятно. Это несправедливо, человек не может так говорить. Можно сказать то же самое, но другими словами»</i> («НГ», 20.09.2004)</p> |
| <p>«эпатирует и теребит дремлющую общественность...»</p>   | <p><i>«Я же не могу объяснить им, что так, как я люблю Россию, мало кто любит. И что я духовный. Читайте пьесы, там же все написано! Если ты неглупый человек и у тебя сердце открыто, ты все поймешь. И не станешь обвинять меня в том, чего нет. И никого я не хочу эпатировать или шокировать, никогда об этом не думал»</i> («НГ», 20.09.2004)</p>   |

|   |  |
|---|--|
| <p>«Почему вашим основным жанром стала поэзия совка?»</p>                               | <p>«В моих пьесах нет поэзии совка! Есть нормальные несчастные люди, которых я вижу вокруг себя» («НГ», 20.09.2004)</p>  |
| <p>«Говорят, что ненормативная лексика для Коляды не ругательство, а язык общения?»</p> | <p>«...меня достают журналюги, когда объявляют день чистоты русского языка или день борьбы с матом. На что я им говорю: «Идите в пим дырявый, вы мои пьесы не читали, спектаклей не видели, а только что-то где-то слышали, так вот, знайте – в моих пьесах мата нет». И это правда. Не верите – почитайте пьесы, потом поговорим» («Пусть говорят»)</p> |
| <p>«Говорят, Коляда стремится «раздавить» зрителя, опустошить»</p>                      | <p>«Неправда, все выходят окрыленные...я хочу, чтобы в моем театре плакали и смеялись» («Пусть говорят»)<br/>«Хочется дарить зрителям радость» («ЕН», 02.02.2005)</p>  |
| <p>«В своих пьесах вы показываете реальную жизнь?»</p>                                  | <p>«Я никакой реальной жизни в своих пьесах не показываю. Это только кажется. На самом деле там все выдуманное: и язык, и действия героев. Может быть, это хитро придумано, но лишь придумано» («ОГ»)</p>  |
| <p>«Говорят, что Коляда обожает хвалиться так, что Карлсон отдыхает...»</p>             | <p>Хвастаться я люблю, правда, но там, где есть повод похвалиться, потому что чаще всего мои успехи связаны с успехами многих других людей...»<br/>«я никогда не бахвалюсь тем, что знаком (хорошо знаком) с тем-то и тем-то. Делов-то» («Пусть говорят»)</p>  |

### **Коляда в представлении уральцев**

Необходимость именно экспериментального метода в лингвокультурологических исследованиях можно считать уже признанной в науке: «Один из наиболее простых и действенных способов получения материала для анализа – эксперимент, использующий метод свободных ассоциации» [Горелов, Седов, 1998: 22]. «Он состоит в том, что испытуемому предлагается слово-стимул, на которое он должен отреагировать первым пришедшим на ум словом или словосочетанием. Слово-реакция будет той самой лексемой, которая связана со словом-стимулом» [там же].

В нашем случае словом-стимулом было имя собственное – «Николай Коляда». Были опрошены две принципиально разные группы носителей языка, одна из которых – аудитория, в основном, студенческая и в большинстве своем культурно сведущая, но незнакомя с Колядой лично. Вторая группа – его близкое окружение драматурга, так или иначе участвующее в деятельности «Коляда-театра». Всего было опрошено более 50 человек и проанализировано более 400 реакций.

Полученные в каждой группе испытуемых слова-ассоциаты первоначально были разделены на три типа в зависимости от того, к какому аспекту исследуемой личности они относятся: ситуация, в которой живет и действует Николай Коляда, внешние характеристики и внутренние, личностные качества. Внутри этих групп ассоциации, в свою очередь, объединяются в более конкретизированные зоны по своей семантической близости.

| Группы респондентов | Общее количество | Ситуативные | Внешние характеристики | Внутренние качества |
|---------------------|------------------|-------------|------------------------|---------------------|
| Лично незнакомые    | 308              | 188         | 15                     | 105                 |
| Близко знакомые     | 98               | 21          | 7                      | 70                  |

Количественное и качественное соотношение как общих ассоциаций, так и более узких, маркированных зон, у разных



групп испытуемых показательно различно и позволяет дифференцировать мотивы двусторонних реакций и их своеобразие.

Ситуативные ассоциации респондентов первой группы представлены следующим образом: *театр* – 25 (а также *новый театр*, *свой театр*, *современный театр*, *узкий*, *камерный театр*, *«Коляда-театр»* – 3), *пьесы* – 10, *драматург* – 4, *уральский драматург* – 2, *режиссер* – 4, *спектакль* – 4, *актеры* – 4, *непрофессиональные актеры*, *подвал* – 3, *крыса* – 3, *драма* – 2, *писатель* – 2, *кошки* – 2, *Колядаскоп* – 2, *суп* – 2, *малая сцена* – 2, *сцена*, *малый зал Драмтеатра*, *Екатеринбург* – 2, *дерево желаний* – 2, *Коляда-сад*, *ленточки на дереве*, *дерево с разноцветными веревочками*, *зритель* – 2, *мат* – 2, *музыка* – 2, *творчество* – 2, *шум* – 2, *современность*, *подвальная культура*, *звездочки*, *визуальный образ входа в «Коляда-театр»*, *ул. Ленина*, *гостиница «Исеть»*, *маленький зал*, *бойлерная*, *Лейдерман*, *постсоветское правительство*, *ЖЖ*, *«Театрон»*, *Казарин*, *враг Казарина*, *журнал «Урал»*, *борьба за помещение*, *молодежь*, *много молодежи на стульях и полу*, *школа актеров*, *организатор*, *команда*, *новации*, *нечто андеграундное*, *зрелище*, *перформанс*, *культура*, *не классика*, *молодое искусство*, *5-минутное представление*, *чумадые люди*, *хорошее настроение (будка для прохожих)*, *детям до 16 лет*, *карнавал*, *фейерверк*, *гам*, *балаган*, *суета*, *эмоции*, *своеобразие*, *естественность*, *свобода*, *дно*, *мир*, *жизнь*.

Вполне естественно, что преобладают номинации, определяющие типичный контекст деятельности и очевидный статус объекта-стимула (*театр*, *режиссер*, *драматург*, *Екатеринбург*, *визуальный образ входа в «Коляда-театр»*, *ул. Ленина*, *гостиница «Исеть»*). С другой стороны, сразу заметны лексемы, отражающие некую степень осведомленности респондента о жизни и творчестве Николая Коляды. И в этом случае зафиксированы именно те события и их участники, сведения о которых появлялись на страницах СМИ в связи с общественной деятельностью и публичными скандалами (*суп*, *Колядаскоп*, *бойлерная*, *дерево с разноцветными веревочками*, *«Театрон»*, *борьба за помещение*, *журнал «Урал»*)

В группе ситуативных ассоциаций явно выделяется отдельная зона, связанная с творчеством драматурга, с конкретными пьесами Николая Коляды или их постановками. Здесь есть и соб-

ственно номинации спектаклей Коляды – «Кармен», «Персидская сирень», «Уйди-уйди», «Ромео и Джульетта», «Ревизор», «Надо любить!», «Чайка спела»; и самые яркие сценические, текстовые образы (причем в большинстве своем отражающие творческий этап драматурга именно 90-х годов, связанный с Драматическим театром) – *грязь, вода, гусь, подушки, канapé, дождь, корабль, саксофон в переходе*, и обобщенная оценка самого творчества, в которой подчеркивается его нетривиальность, способность постоянного отступления от нормы, высокая степень воздействия на зрителей – *слишком творческие спектакли, текст «без пунктуации», языковая игра, отсутствие «запретных» тем, состояние одышки, воздействующее на чувства*.

Источником таких представлений о Коляде являются не только и, наверное, не столько СМИ, сколько собственное впечатление людей, полученное ими от пьес и спектаклей драматурга. Поэтому в ассоциациях значительно меньше стереотипности и больше разнообразия, проявления индивидуальности респондентов.

Сравним рассмотренные выше данные с результатами второй группы участников, близко знакомых с Колядой. Как видно из приведенной таблицы, число ситуативных ассоциаций здесь в 9 раз меньше, чем у респондентов первой группы. Здесь крайне мало ассоциаций, связанных с творчеством (4), что вполне закономерно, поскольку респонденты сами являются непосредственными участниками творческого контекста наравне с Николаем Колядой. Несколько больше ассоциаций, связанных с театрально-бытовым контекстом, в котором живет Коляда: *театр – 2, «Коляда-театр» – 2, театральный, драматург, драматургия, великий писатель, творец, знаменитость, учитель, пьесы, театральная постановка, актеры, ул. Ленина 69/10, Колядаскоп, «Урал», «восьмерка» – авто, девятка, церковь, кот и кошка*. Интересно, что среди них отсутствуют какие-либо знаки о публичных скандалах, связанных с именем Коляды и бывших достоянием СМИ, но зато проявляются своего рода эксклюзивные знания о жизни близкого человека: его автомобиль, построенная в родной деревне церковь.

Внешние характеристики Коляды, проявившиеся в ассоциациях первой группы, достаточно предсказуемы, но небезын-

тересны: *тюбетейка* – 5, *человек в тюбетейке*, *шапочка* – 2, *борода* – 2, *черный кожаный пиджак*, *грустные большие глаза*, *худой*, *небритый*, *помятый вид* и *мешки под глазами*.

Половина этих ассоциаций связана с головным убором Коляды – тюбетейкой, в которой он часто появляется на публике и запечатлен на большинстве опубликованных в СМИ фотографий. Сравнивая эти данные с ассоциациями второй группы респондентов, отметим, что у последних внешние характеристики в целом совпадают, но представлены они в минимальном количестве: *тюбетейка* – 3, *шапка*, *борода* – 2, *грустный взгляд*. Такое положение дел объясняется, вероятно, тем, что внешний облик, первичный и яркий при восприятии незнакомого человека, для близких людей становится совершенно незначимым.

Личностные характеристики драматурга, отмеченные в обеих группах респондентов, отчетливо делятся на интеллектуальные и эмоциональные качества объекта.

Среди интеллектуальных характеристик незнакомые с Колядой люди отмечают:

1. Уникальность, необычность личности: *творческий* – 9, *очень творческий*, *талантливый* – 7, *талант* – 2, *странный* – 5, *гениальный* – 5, *неординарный* – 5, *необычный* – 4, *оригинальный* – 4, *оригинальность*, *оригинал*, *интересный* – 3, *незаурядный* – 3, *креативный* – 2, *креатив*, *эпатаж* – 2, *своеобразный* – 2, *не такой*, *уникальный*, *необыкновенный*, *специфический*, *неформальный*, *неоднозначный*, *неожиданный*, *непредсказуемый*, *не из этого мира*, *харизматичный*, *колоритный*, *знаковый*.

2. Высокий интеллект: *умный* – 2, *очень умный*, *находчивый*, *предприимчивый*.

Нередко слово-ассоциат, обозначающее признак, сопровождается наречием *очень*. Наличие такого интенсификатора, как *очень*, говорит о «движении по оценочной шкале» [Вольф 1985: 45], то есть об усилении признака, что отражает желание респондента отметить особую значимость и данного признака, и самого объекта номинации.

Важно отметить частеречную особенность ассоциаций. Мы видим, что большинство слов – это прилагательные, тогда как в ситуативных ассоциациях преобладают существительные. Это совершенно естественно, поскольку в этой группе речь идет

именно о личностных характеристиках. В большей или меньшей степени они не просто идентифицируют объект, а выражают отношение к нему. В нашем случае исключительно положительное отношение. Н. Д. Арутюнова замечает, что «в русском языке отрицательная характеристика лица тяготеет к выражению существительными. В то время как одобрительность предпочтительно передается прилагательными... Существительное ставит клеймо, запечатлевает человека. Это приговор. Назвать значит обозвать. Прилагательное же – характеристика, и она может отрицаться» [Арутюнова, 1999: 62].

С другой стороны, множественность положительных ассоциаций отражает известный «принцип Поллианны», фиксирующий «крен в сторону положительного конца аксиологической шкалы в психолингвистических исследованиях». «Во многих обществах, а возможно, и повсеместно, правила коммуникации и общая ориентированность на положительные явления активизируют развитие и употребление лексики, относящейся к позитивному флангу шкалы» [Арутюнова, 1999: 66]. Имеет значение здесь и тот фактор, что признаки, которые так или иначе выражают отклонение от нормы, в языке обычно окружены экспрессивными синонимами, в отличие от середины оценочной шкалы.

Отличительная черта эмоциональных характеристик в их разноплановости и противоречивости: *Солнце, просто хороший человек, хороший дядька, важный человек, отрешенность и одновременно включенность, любовь к зрителям, замечательный, молодец, хороший, веселый, неугомонный, любитель кошек, смелый, свободный, добрый, злой, хрен знает какой, балда, храбрый, амбивалентность, одинокий, неприятный, опавшие листья как символ одиночества, сумасшедший, человек, про которого можно много рассказывать, даже если весьма поверхностно знаешь его лично.*

Респонденты выделяют совершенно различные свойства Коляды. Именно эти характеристики являются наиболее яркими в создании определенного образа, и их заметная разноликость не удивительна, поскольку здесь фактор субъективности наиболее силен. Подобная амбивалентность восприятия Коляды наблюдалась и в СМИ, которые сформировали устойчивый стереотип драматурга в массовом сознании.

Испытуемые второй группы, то есть хорошо знающие драматурга респонденты, дали значительно больше ассоциаций – личностных характеристик Коляды. Дальнейшее деление здесь еще более показательно, поскольку среди 70 лексем только 16 отражают интеллектуальные качества объекта: *гениальный – 2, гений – 2, профессионализм – 2, правильный – 2, талантливый, уникальность, неповторимый, нестандартный, знающий, от Бога, мысли, острый на словечки, интересный, творческий.*

Остальные 54 – эмоциональные характеристики: *добрый – 2, радостный – 2, понимающий, душевный, очень чуткий, любящий, заботливый, очень хороший человек, честный, находчивый, энергичный, смелый, сильный, вспыльчивый, ранимый, ведущий людей, все для театра, цельность, интуиция, есть любимое дело, есть мечта, двигатель, лидер, борец, герой.*

Полученное соотношение заставляет дополнительно задуматься о природе как самого процесса появления той или иной реакции в психолингвистическом исследовании и степени ее зависимости от личности респондента, так и оценочных суждений, которые в данном контексте оказываются наиболее эмотивными – такими, при которых «эмоциональная сторона в оценке первична, а рациональная вторична» [Вольф, 1985: 25].

По всей видимости, реакции равнодушных к объекту исследования респондентов в подавляющем большинстве изначально эмоциональны, они лишены тривиального взгляда на этот объект и всегда подчеркивают личное отношение к нему и особое знание, недоступное массам. Все эти характеристики, по классификации Н. Д. Арутюновой – «частнооценочные», в свою очередь могут быть подразделены на несколько более конкретных категорий, из которых в нашем материале представлены психологические и этические разновидности [Арутюнова, 1988: 75]. К психологическим, а точнее, к эмоциональной разновидности этой категории, относятся такие ассоциации, как *солнце, солнечный, радостный, свет, светлый, энергичный, радость, любовь, боль, тепло, слезы, это целая жизненная история, мысли, пространство, начало, фокус, фонтан эмоций, укол в сердце.*

Этическая группа оценок «не безразлична к понятию архетипа – нормы, образца, примера, потенциальных требований, предъявляемых к объекту. При этом положительная оценка ис-

ключает строгую нормативность» [Арутюнова, 1988: 76]. Эту группу формируют такие реакции: *добрый, понимающий, душевный, очень чуткий, любящий, заботливый, очень хороший человек, честный, смелый, сильный, вспыльчивый, ранимый ведущий людей, все для театра, цельность, интуиция, есть любимое дело, есть цель, есть мечта, гений, двигатель, лидер, борец, герой.*

Полученные ассоциации наглядно подтверждают тесную связь между моральными, этическими установками личности и ее уникальностью. Все они с разных позиций создают образ человека, который, прежде всего, – яркая, необычная, талантливая личность. Кроме того, эта личность в высокой степени направлена на окружающих и является эталоном с точки зрения традиционной модели межличностных отношений.

Обусловленность сознания индивида средствами массовой информации обнажает «апатичность» человека, отмеченную в теории социальной ответственности СМИ, которая заявляет об общественном конформизме. Конформизм связан с пассивным восприятием человека того, что он ежедневно видит и слышит. Индивид «способен прибегать к разуму, но не любит этого делать. В результате он становится легкой добычей... всех тех, кто хотел бы манипулировать им в своих собственных эгоистичных целях» [Сиберт, Шрам, Питерсон, 1998: 150]. Роль своеобразного посредника, которую в данном случае играет СМИ, всегда амбивалентна: здесь соединяются факт и оценка, данное и ПЕРЕданное. Посмотрим, что своеобразно задается прессой и что мы в итоге получаем как продукт массового сознания:

| средства массовой информации                                   | массовое сознание  |
|--|--|
| «один из самых талантливых современных режиссеров постмодерна» | талант, гений, творец, от Бога, режиссер, не классика, современное искусство, текст «без пунктуации»                                 |
| «эффективный менеджер», «лидер», «ведущий за собой»            | команда, организатор, борьба за помещение, очень умный, находчивый, предприимчивый, смелый, храбрый, ведущий людей, двигатель, лидер |

|   |  |
|---|--|
| «успешный педагог»  | художник-учитель, школа актеров, молодежь, непрофессиональные актеры   |
| «эпатирует и теребит дремлющую общественность...»   | крыса, дерево желаний, бойлерная, новации, 5-минутное представление, фейерверк, карнавал, своеобразие  |
| «отец-основатель «чернушной» эстетики», «маргинал... ненужный официальным учреждениям культуры» | мат, подвальная культура, нечто андеграундное, постсоветское правительство, чумазые люди, дно, детям до 16, ранимый, борец                               |
| «уникальное влюбленно-энтузиастическое отношение к театру»                                      | любовь к зрителям, неугомонный, сумасшедший, профессионализм, энергичный, все для театра, есть мечта   |
| «знаковое понятие», «с мировой известностью и репутацией», «прославленный земляк»               | всемирно известный, признанный в мире, знаковый, великий писатель, уникальный, неповторимый  |
| «постоянно поражает и вызывает восхищение»  | эпатаж, необычный, оригинальный, неординарный, незаурядный, не такой, специфический  |
| «главная же черта... готовность помогать», «одинокий»   | хороший дядька, добрый, понимающий, душевный, очень чуткий, любящий, заботливый, большие грустные глаза, просто хороший человек, замечательный, одинокий |

Этот список соответствий может быть продолжен, так как проинтерпретированные данные, очевидно, обнажают наличие множества вербальных проекций по направлению от публицистических источников к массовому сознанию. Такие проекции

приводят к выводу о том, что большинство реакций носителя языка в конкретном социуме оказываются так или иначе спровоцированными именно средствами массовой информации. Исключения же, заметные без дополнительных лингвистических манипуляций, представлены яркими амбивалентными оценками, возникшими либо при личном контакте с Николаем Колядой, либо при непосредственном знакомстве с его многоликим творчеством.

Показательно, что в интервью с Колядой мы находим только две характеристики, совпадающие с доминантными номинациями в СМИ и массовом сознании.

Первая – увлеченность своим делом, любовь к театру.

*«Мы работаем как сумасшедшие – играем по 50 спектаклей в месяц».*

*«...я в важных официальных письмах пишу просто: «Николай Коляда, драматург». Это самое дорогое звание. Меня знают именно по нему».*

*«Я один могу найти не деревянный ключ, которым открывается пьеса, а золотой. Он лежит у меня в кармане. В моем театре я сам занимаюсь постановкой. Я хозяин театра, а значит, мне не нужно ни с кем советоваться. Я точно знаю, на что публика пойдет, а на что нет».*

И вторая – желание помогать, чуткое отношение к людям, сострадание.

*«Пять лет назад пришли ко мне домой, сказали: «Помоги, пожалуйста, журнал гибнет (о журнале «Урал» – прим. автора). У тебя есть имя, способность рекламировать, подними, спаси нас». Я пришел и спас» («НГ», 20.09.2004).*

*«И если удачная у кого пьеса – могу помочь ее протолкнуть» («НГ», 20.09.2004).*

*«Новые русские натравили на маленького котенка своего ротвейлера. Я отобрал малыша. Ну не бросать же животное на улице» («КП», 17.05.2003).*

*«А как сбегутся все десять в мою маленькую кухню – кошмар! А что делать? Надо выбирать между любовью и спокойствием» («КП», 17.05.2003).*

Таким образом, чем более яркий и неоднозначный объект познания перед нами, тем более увеличивается стереотипный



компонент в общем представлении о нем, порою поглощая объективные данные.

### Список литературы

*Арутюнова Н. Д.* Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988.

*Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: «Языки русской культуры», 1999.

*Бартминьский Е.* Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. М.: «Индрик», 2005.

*Вольф Е. М.* Функциональная семантика оценки. М., 1985.

*Горелов И. Н., Седов К. Ф.* Введение в психолингвистику. Саратов, 1998.

*Сиборт С., Шрамм У., Питерсон Т.* Четыре теории прессы. М., 1998.

*Хорешко О. Н.* Жанровый аспект положительной оценки лица. Автореферат диссертации на соискание уч. ст. канд. филолог. Наук. Саратов, 2005.

*Schaff A.* Stereotypy a działanie ludzkie. 1981.

### Список сокращений

«КП» – «Комсомольская правда»

«НГ» – «Новая газета»

«ОГ» – «Областная газета»

«РГ» – «Российская газета»

*О. А. Михайлова, Ю. Н. Михайлова*

## СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ПРАВОСЛАВИЕ В РУССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ И ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ

*Религия* вычленяется исследователями как семантическая сфера, т. е. понятийная область, связанная с соответствующей сферой жизни, деятельности людей [Скляревская, 1996], или как один из «социальных институтов», наряду с правом, образовани-